

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Deskripsi model bisnis kanvas yang diterapkan pada bisnis toko jersey Nine Studio Tattoo & Men's Gallery adalah sebagai berikut:

1. Dari *segicustomer segment*.

A. Segi geografis, Toko Jersey "Nine Studio Tatto and Mens Gallery" lebih menjual jersey ke pelanggan yang berada di sekitar toko karena terdapat lapangan futsal sehingga toko jersey akan menarik pelanggan yang ada di lapangan futsal dengan jersey - jersey sepak bola yang beragam jenis. Toko jersey juga menjual jersey ke pelanggan yang berada di luar kota seperti jakarta dan luar pulau seperti bali.

B. Segi demografis, toko jersey Nine Studio Tattoo and Men's Gallery menjual jersey ke remaja yang memiliki umur berkisar antara 15 tahun sampai 25 tahun, toko jersey menjual jersey ke laki - laki dan perempuan, toko menjual jersey ke kalangan mahasiswa atau pelajar.

C. Segi psikografis, toko jersey Nine Studio Tattoo and Men's Gallery menjual jersey ke pelanggan dengan tingkat sosial bawah sampai menengah. Gaya hidup konsumen yang menjadi tujuan pemasaran saya adalah konsumen yang memiliki kebiasaan untuk membeli produk dengan harga yang tidak mahal atau produk dengan diskon.

D. Segi perilaku, toko jersey Nine Studio Tattoo and Men's Gallery menjual produk jersey yang dapat digunakan sehari - hari

2. Dari segi *value proposition* Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” memiliki nilai tambah produk, yaitu kemiripan dengan jersey ori sebesar 99% dan toko jersey juga menjual produk selain jesej untuk fashion pria dibanding toko lain yagn hanya menjual jersey saja. Hal itu dilakukan agar toko jersey Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery dapat bersaing dengan pesaing. Pelayanan yang diberikan Toko jersey “Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery” adalah dengan melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan cara ramah dengan menyapa saat ada pelanggan yang datang, tanggap saat ada konsumen yang bertanya mengenai produk, menerima kritik dan saran dari pelanggan dan menjaga komunikasi dengan pelanggan toko. Penetapa harga yang dilakukan toko jersey “Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery” didasari dari pasar yang dituju dengan tingkatan sosial bawah sampai menengah sehingga harga dapat terjangkau dari semua kalangan.
3. Dari segi *channel* Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” mengenalkan produk melalui kartu nama, plang nama, brosur, media sosial seperti BBM dan Instagram. Lokasi tempat Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” juga sangat strategis karena terdapat beberapa lapangan futsal di sekitar toko sehingga mudah untuk menarik pelanggan dari area lapangan futsal yang sebagian besar adalah penggemar club bola
4. Dari segi *customer relationship* pemilik mengidentifikasi pelanggan potensial adalah pelanggan yang hobi bermain futsal dan sepak bola serta pelanggan yang sudah terlebih dahulu bertanya mengenai jersey

keluaran terbaru melalui media sosial maupun datang langsung ke toko. Pemilik akan menanggapi keluhan pelanggan dengan mendengarkan baik - baik kemudian mencari solusi. Pemilik terus menjaga komunikasi dengan pelanggan agar hubungan pemilik dengan pelanggan tetap terjalin dengan baik.

5. Dari segi *revenue stream* Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” akan menambahkan barang pelengkap jersey jika pendapatannya terus meningkat dan menjualkan barangnya pada event yang ada di BSB, CitraLand dan Grand Edge.
6. Dari segi *key resources* Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” memiliki dua *supplier* satu yaitu *supplier* kaos dan satu tinta. Sumber daya fisik yang dibutuhkan Toko jersey “Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery” adalah alat untuk menyablon jersey, komputer untuk mengedit desain pesanan pelanggan, bangunan toko, alat untuk mendisplay jersey berupa *hanger*. Pemilik Toko jersey “Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery” mendapatkan informasi mengenai pelanggan dengan cara berkomunikasi dengan pelanggan dan tidak sebatas berkomunikasi untuk menjual produk tetapi juga menanyakan hal - hal di luar bisnis untuk melakukan pendekatan ke pelanggan. Pemilik toko jersey “Nine Studio Tattoo and Men’s Gallery” memiliki 2 orang karyawan, 1 bertugas untuk membantu proses pendisplayan jersey dalam toko dan 1 orang bertugas untuk mengantar pesanan jersey di luar toko area dalam kota semarang

7. Dari segi *key activities* proses pembuatan produk pada Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” dimulai dari membeli bahan kaos dari *supplier*, kemudian di desain di sablon lalu masuk ke tahap finishing. Dalam penataan produk untuk di foto, pemilik Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” menambahkan beberapa aksesoris di sekitar jersey agar terlihat menarik. Proses fotografi dilakukan sendiri oleh pemilik.
8. Dari segi *key patnership* pemilik Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” menjaga hubungan yang baik dengan mitra dengan memeberikan parcel saat tahun baru kepada supplier dan selama ini pemilik Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” tidak ada masalah dengan mitra.
9. Dari segi *cost stucture* biaya yang dikeluarkan pemilik Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” seperti biaya listrik dan biaya keamanan. Pendapatan Toko Jersey “Nine Studio Tatto and Mens Gallery” lebih banyak daripada biaya yang sudah dikeluarkan selama ini.

5.2. Saran

1. Customer Segments: pemilik toko diharapkan dapat mengenali target pasar secara terarah dengan benar berdasarkan pembagian kelompok pasar.
2. Value Proposition: pemilik toko diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan berdasarkan produk yang dihasilkan, pelayanan yang baik, penetapan harga yang sesuai dengan pasar yang dituju.
3. Channel: pemilik toko diharapkan dapat menjangkau pelanggan yang menjadi sasaran untuk penjualan produk.
4. Customer Relationship: pemilik toko diharapkan dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan terutama dengan pelanggan tetap.
5. Revenue Stream: pemilik toko diharapkan tidak hanya mendapatkan penghasilan dari dalam toko tetapi juga dari luar toko.
6. Key Resources: pemilik toko diharapkan dapat manajemen secara efektif dan efisien sumber daya yang dimiliki.
7. Key Activities: pemilik toko diharapkan dapat manajemen operasional toko dengan baik.
8. Key Partnership: pemilik toko diharapkan dapat menjalin hubungan yang baik dengan mitra usaha.
9. Cost Structure: pemilik toko diharapkan dapat manajemen pengeluaran sehingga pengeluaran tidak lebih besar daripada pemasukan toko